



EUROPAPARLAMENTET

2009 - 2014

---

*Plenarhandling*

---

**A7-0286/2012**

25.9.2012

# BETÄNKANDE

om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter:  
vilken strategi för att främja Europas smaker  
(2012/2077(INI))

Utskottet för jordbruk och landsbygdens utveckling

Föredragande: José Bové

PR\_INI

## INNEHÅLL

	<b>Sida</b>
FÖRSLAG TILL EUROPAPARLAMENTETS RESOLUTION .....	3
MOTIVERING .....	13
RESULTAT AV SLUTOMRÖSTNINGEN I UTSKOTTET .....	15

## FÖRSLAG TILL EUROPAPARLAMENTETS RESOLUTION

### om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter: vilken strategi för att främja Europas smaker?

(2012/2077(INI))

*Europaparlamentet utfärdar denna resolution*

- med beaktande av sin resolution av den 7 september 2010 om skäliga inkomster för jordbrukare: en bättre fungerande livsmedelsförsörjningskedja i Europa<sup>1</sup>,
- med beaktande av meddelandet från kommissionen ”Säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter – en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker” (COM(2012)0148),
- med beaktande av kommissionens grönbok ”om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter – en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker” (COM(2011)0436),
- med beaktande av den övergripande säljfrämjande förvaltningen enligt rådets förordning (EG) nr 3/2008 av den 17 december 2007<sup>2</sup> och dess tillämpningsförordning, kommissionens förordning (EG) nr 501/2008 av den 5 juni 2008<sup>3</sup>,
- med beaktande av rådets förordning (EG) nr 1234/2007 av den 22 oktober 2007 om upprättande av en gemensam organisation av jordbruksmarknaderna och om särskilda bestämmelser för vissa jordbruksprodukter (förordningen om en samlad marknadsordning)<sup>4</sup>,
- med beaktande av undersökningen ”Evaluation of Promotion and Information Actions for Agricultural Products” från 2011<sup>5</sup> som genomfördes på kommissionens vägnar,
- med beaktande av rapporten från kommissionen ”om tillämpningen av rådets förordning (EG) nr 3/2008 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden och i tredjeland” (SEC(2010)1434),
- med beaktande av rådets slutsatser av den 15–16 december 2011 om framtiden för EU:s politik för främjande av jordbruksprodukter,
- med beaktande av kommissionens lagstiftningsförslag om reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken av den 12 oktober 2011: (COM(2011)0625/3, COM(2011)0627/3, COM(2011)0628/3, COM(2011)0629, COM(2011)0630/3 och COM(2011)0631/3) samt förslaget till förordning om en samlad marknadsordning,

---

<sup>1</sup> Antagna texter, P7\_TA(2010)0302.

<sup>2</sup> EUT L 3, 5.1.2008, s. 1.

<sup>3</sup> EUT L 147, 6.6.2008, s. 3.

<sup>4</sup> EUT L 299, 16.11.2007, s. 1.

<sup>5</sup> [http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/promotion/fulltext\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/promotion/fulltext_en.pdf)

- med beaktande av yttrandet från Europeiska ekonomiska och sociala kommittén om kommissionen meddelande om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter: en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker” (NAT/560),
- med beaktande av yttrandet från Europeiska ekonomiska och sociala kommittén om grönboken om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter: en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker (NAT/525)<sup>1</sup>,
- med beaktande av artikel 48 i arbetsordningen,
- med beaktande av betänkandet från utskottet för jordbruk och landsbygdens utveckling (A7-0286/2012), och av följande skäl:
  - A. I mars 2012 offentliggjorde kommissionen ett meddelande om information och säljfrämjande åtgärder som väntas följas av lagstiftningsförslag i slutet av året.
  - B. Jordbrukets livsmedelsindustri har potential att bli en stark och dynamisk industri för ekonomisk tillväxt och innovation i EU:s medlemsstater, särskilt på landsbygden och på regional nivå, som kan öka inkomstnivån inom jordbruket, skapa sysselsättning och generera tillväxt.
  - C. Informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder infördes på 1980-talet i syfte att avsätta överskott på jordbruksprodukter och användes senare också som ett instrument för att hantera kriser inom livsmedelsindustrin, såsom 1996 års utbrott av bovin spongiform encefalopati (BSE) – mer känd under namnet ”galna ko-sjukan” – och skandalen med dioxiner i ägg 1999.
  - D. Informationsåtgärderna och de säljfrämjande åtgärderna har i dag en mer omfattande och fortlöpande roll; de ska bidra till att göra produkterna mer lönsamma, till att förbättra konkurrensvillkoren på de yttre marknaderna och till att ge konsumenterna mer och bättre information.
  - E. Dessa former av stöd finansieras i dagsläget genom förordning (EG) nr 3/2008, den så kallade övergripande säljfrämjande förvaltningen. I en utvärdering av säljfrämjande politik från 2011 som genomfördes på uppdrag av kommissionen drogs slutsatsen att en konsekvent och omfattande EU-strategi för information och säljfrämjande åtgärder saknades.
  - F. I förordning (EG) nr 1234/2007 om en samlad marknadsordning, som för närvarande ses över som en del i reformen av den gemensamma jordbrukspolitikerna, ges stöd för särskilda säljfrämjande åtgärder för vin-, frukt- och grönsakssektorerna som en del av mer övergripande program. Säljfrämjande åtgärder för produkter som ingår i program för livsmedelskvalitet finansieras i nuläget inom ramen för politiken för landsbygdsutveckling.

---

<sup>1</sup> EUT C 43, 15.2.2012, s. 59.

- G. Vinkonsumtionen i Europeiska unionen är på ständig tillbakagång, och det finns inga europeiska åtgärder för att främja denna produkt internt.
- H. Utgifterna för den övergripande säljfrämjande förvaltningen i budgeten för 2012 väntas uppgå till ungefär 56 miljoner euro, vilket motsvarar cirka 0,1 procent av de sammanlagda utgifterna för den gemensamma jordbrukspolitiken.
- I. Det är ur budgethänseende även viktigt att beakta de senaste målen för informationspolitiken och den säljfrämjande politiken, som inte begränsar sig till att återupprätta konsumenternas förtroende efter ett krisläge utan även innefattar att göra produkterna mer lönsamma, förbättra konkurrensvillkoren på de yttre marknaderna och ge konsumenterna mer och bättre information.
- J. Utgifterna för alla övriga säljfrämjande åtgärder och informationsåtgärder inom den gemensamma jordbrukspolitiken, framför allt inom ramen för den samlade marknadsordningen och politiken för landsbygdsutveckling, beräknas till mellan 400 miljoner och 500 miljoner euro per år, vilket fortfarande motsvarar mindre än 1 procent av de sammanlagda utgifterna för den gemensamma jordbrukspolitiken och är klart otillräckligt, inte minst för att öka de europeiska produkternas konkurrenskraft på världsmarknaden.
- K. En av EU:s styrkor när det gäller livsmedelsproduktion ligger i produkternas mångfald och specialisering och deras koppling till olika geografiska områden liksom till olika traditionella tillverkningsmetoder, vilket ger unika smaker som präglas av den variation och äkthet som konsumenter i allt större utsträckning söker såväl i som utanför EU.
- L. EU:s säljfrämjande politik är ett viktigt instrument för den gemensamma jordbrukspolitiken och kan bidra till långsiktig konkurrenskraft och lönsamhet inom jordbruks- och livsmedelssektorerna.
- M. EU har nyligen offentliggjort en förteckning över godkända hälsopåståenden – som träder i kraft i december 2012 – vilket innebär slutet på åratals ovisshet för livsmedelsindustrin och tillhandahåller viktiga marknadsföringsverktyg för att få konsumenternas uppmärksamhet och göra det möjligt för dessa att göra bättre underbyggda val.
- N. EU:s jordbruks- och livsmedelssektor kan bli mer konkurrenskraftig i världen om den lyckas med att främja den europeiska livsmedelsmångfalden liksom den europeiska produktionsmodell som styrs av strikta normer avseende kvalitet, säkerhet, djurskydd, miljömässig hållbarhet etc., för att därmed uppmuntra andra viktiga jordbruksnationer att anta denna modell för att fastställa rättvisa produktionsvillkor och en rättvis konkurrens inom handeln.
- O. Handelns ökade globalisering innebär visserligen utmaningar, men öppnar samtidigt upp nya marknader och ger nya tillväxtmöjligheter.
- P. I sina slutsatser om framtiden för EU:s politik för främjande av jordbruksprodukter uppger rådet att säljfrämjande åtgärder också bör genomföras för att främja potentialen hos lokalt jordbruk och korta leveranskedjor, och att dessa, i enlighet med ett förslag från kommissionen, bör ingå i landsbygdsutvecklingsprogrammen.

- Q. Det är både nödvändigt och viktigt med en politik som med hjälp av lämpliga instrument gynnar främjandet av den europeiska jordbruks- och livsmedelsproduktionen och bidrar till jordbruks- och livsmedelssektorns konkurrenskraft genom att utnyttja produkternas mångfald, mervärde och kvalitet.
- R. Det finns ett oupplösligt band mellan det europeiska jordbruket och den livsmedelsindustri som bearbetar 70 % av jordbruksråvarorna och som säljer livsmedelsprodukter, samtidigt som 99 % av de europeiska livsmedels- och dryckesföretagen är små och medelstora företag och fler än 52 % ligger på landsbygden, vilket gör dem till en ekonomisk och social drivkraft för den europeiska landsbygden.
- S. Jordbruksstödet för utveckling av korta leveranskedjor och lokala marknader finansieras genom politiken för landsbygdsutveckling, vilket är den bästa metoden med tanke på att sådana initiativ är småskaliga, mycket lokala och skapar lokala arbetstillfällen.
- T. Unika europeiska traditionella produkter har avsevärd tillväxtpotential och dragningskraft på konsumenterna på större marknader utanför EU och skulle gynnas av målinriktade och förstärkta säljfrämjande system samt generera sysselsättning och tillväxt i regionala områden.
- U. Ett av syftena med de lagförslag avseende reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken för perioden efter 2013 som för närvarande är under förhandling är att säkerställa att denna politik kan bidra fullt ut till Europa 2020-strategin.
- V. Förordning (EG) nr 1234/2007 om en samlad marknadsordning innehåller bestämmelser för finansiering av skolfrukts- och skolmjölksprogram. I det nuvarande förslaget om översyn av den samlade marknadsordningen (COM(2011)0626) föreslås att EU:s medfinansieringssats för skolfruktsprogrammet ska höjas från 50 procent till 75 procent av kostnaderna (och från 75 procent till 90 procent i konvergensregioner).
- W. Skolfrukts- och skolmjölksprogrammen har också pedagogiska mål. Dessa bör omfatta att ge eleverna en bättre uppfattning om hur livsmedel produceras och hur livet på en bondgård ser ut.
- X. Om de olika säljfrämjande systemen genomförs effektivt hjälper de till att säkerställa att EU:s jordbruksprodukter känns igen i Europa och övriga världen och gör konsumenterna medvetna om de höga livsmedelssäkerhets-, djurskydds- och miljöstandarder som de europeiska jordbrukarna garanterar och som ständigt kontrolleras och förbättras.
- Y. Förordning (EG) nr 814/2000 syftar till att hjälpa medborgare att förstå den europeiska jordbruksmodellen och öka allmänhetens medvetenhet om frågor på detta område. Okunnighet och missförstånd om jordbruk och om livet på landsbygden är troligen vanligare nu än under någon annan period i Europas historia; en av de relevanta faktorer som det råder störst okunskap om bland allmänheten är den avsevärda ökningen av produktionskostnaderna för jordbruksprodukter till följd av EU:s bestämmelser om livsmedelssäkerhet och livsmedelshygien, arbetstagarnas sociala skydd, miljöskydd och djurskydd, bestämmelser som ofta inte följs av EU:s direkta konkurrenter på jordbruksområdet; en av de relevanta faktorer som orsakar flest missförstånd bland allmänheten är den bristande medvetenheten om jordbrukets viktiga bidrag till

minskningen av utsläppen av växthusgaser samt den omfattande listan över kollektiva nyttigheter som det tillhandahåller.

### **Allmän strategi**

1. Europaparlamentet välkomnar kommissionens meddelande ”Säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter: en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker”, vilket måste utgöra ett första steg för att stärka värdet på den europeiska produktionen, både bland européer och andra, och för att öka dess lönsamhet.
2. Europaparlamentet stöder de fyra huvudsakliga mål som fastställs i meddelandet, nämligen att uppnå ett större europeiskt mervärde inom livsmedelssektorn, en mer attraktiv och självsäker politik, enklare förvaltning och mer samverkan mellan olika säljfrämjande verktyg.
3. Europaparlamentet anser att den säljfrämjande politiken för både den inre marknaden och marknaden utanför EU bör behandlas lika, eftersom båda delarna är till gagn för producenter och konsumenterna.
4. Europaparlamentet betonar att EU:s säljfrämjande politik fortfarande betraktas som rimlig och viktig internt, på lokal och regional nivå och på expanderande världsmarknader.
5. Europaparlamentet anser emellertid att syftena med EU:s säljfrämjande politik bör ges en tydlig och verkningsfull definition. Parlamentet betonar att säljfrämjande verksamhet bör täcka alla jordbruks- och livsmedelsprodukter som uppfyller de europeiska kvalitetsnormerna eftersom detta bidrar till den säljfrämjande verksamhetens ändamålsenlighet och tillgodoser konsumenternas krav. Parlamentet understryker även att tillväxt och sysselsättning främjas av stöd till ett jordbruk som garanterar livsmedelstrygghet, hållbar användning av naturtillgångar och dynamiska landsbygdsområden.
6. Europaparlamentet betonar att det på den inre marknaden krävs allmän och fortlöpande säljfrämjande verksamhet för att säkerställa att de europeiska konsumenterna informeras om de egenskaper och det mervärde som kännetecknar de europeiska jordbruksprodukter som de hittar på marknaden.
7. Europaparlamentet betonar att det på den yttre marknaden krävs att de europeiska jordbruksprodukternas marknadsandel upprätthålls och förstärks, och att man måste sikta in sig på nya framväxande marknader för att hitta nya avsättningsmöjligheter för dessa produkter, med större överensstämmelse mellan säljfrämjande verksamhet och EU:s handelspolitik.
8. Europaparlamentet anser att kommissionen tydligt måste definiera syftena med EU:s säljfrämjande politik, liksom att det måste fastställas objektiva riktlinjer för medlemsstaterna som ett nödvändigt första steg mot att göra politiken mer konsekvent och öka samverkan mellan olika säljfrämjande verktyg; detta är även absolut nödvändigt för att öka transparensen i programvalet i medlemsstaterna. Parlamentet påpekar att

EU:s verksamhet på detta område måste komplettera såväl nationella initiativ som initiativ från den privata sektorn.

9. Europaparlamentet anser att budgeten för bättre information och säljfrämjande åtgärder bör ökas avsevärt, med beaktande av de senaste målen för informationspolitiken och den säljfrämjande politiken, särskilt för den övergripande säljfrämjande förvaltningen. Parlamentet anser att den övergripande säljfrämjande förvaltningen bör få en egen budgetpost i den allmänna budgeten.
10. Europaparlamentet understryker att det europeiska jordbrukets framgång kommer att vara beroende av dess förmåga att öka sina marknadsandelar och se till att den mycket konkurrenskraftiga livsmedelsindustrin kan behålla sin framträdande position inom ekonomin och handeln i EU.
11. Europaparlamentet betonar behovet av att anordna omfattande konsumentinformationskampanjer i EU och på marknader utanför EU avseende produktionskvalitetsnormer och certifieringssystem.
12. Europaparlamentet betonar att övergripande säljfrämjande åtgärder enligt förordning (EG) nr 3/2008 bör bidra till att utveckla lokala marknader och korta leveranskedjor liksom till att stärka den inre marknaden och förbättra försäljningen av europeiska produkter på de yttre marknaderna.
13. Europaparlamentet välkomnar kommissionens förslag om att införa en fjärde komponent för tekniskt stöd i den säljfrämjande politiken. Parlamentet anser att detta är viktigt för att åstadkomma en effektiv säljfrämjande politik, särskilt utanför EU.
14. Europaparlamentet konstaterar potentialen i ett gemensamt enhetligt system för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder.
15. Europaparlamentet rekommenderar att informationsåtgärderna och de säljfrämjande åtgärderna fortsätter att vara allmänna till sin natur.

### **Lokala, regionala, inre och yttre marknader**

16. Europaparlamentet konstaterar att EU:s informationspolitik och säljfrämjande politik bör ha tre huvudsakliga syften: på de lokala och regionala marknaderna bör den framhäva produkternas mångfald och färskhet och de korta avstånden mellan producenter och konsumenter i syfte att ekonomiskt stimulera och socialt återuppväcka livet på landsbygden; på den inre marknaden bör den dra största möjliga fördel av det europeiska området utan gränser och dess 500 miljoner konsumenter i syfte att öka produktionen och stimulera konsumtionen av europeiska produkter; på de yttre marknaderna bör den utnyttja de strikta normer som gäller för den europeiska produktionsmodellen i syfte att skapa mervärde för jordbruks- och livsmedelssektorn.
17. Europaparlamentet föreslår att kommissionen på de lokala och regionala marknaderna utvecklar korta leveranskedjor för att därmed skapa nya möjligheter för jordbrukare och andra producenter på landsbygden och för sammanslutningar av jordbrukare och/eller av jordbrukare och andra aktörer på landsbygden, samt tar fram en bred uppsättning verktyg



för att främja landsbygdsutvecklingen. Parlamentet anser även att det vore önskvärt att kommissionen utarbetar handledningar som hjälper jordbrukarna att göra fler och bättre investeringar i sina produkters kvalitet och mervärde. Parlamentet anser även att man bör överväga att investera i informationsspridning via medierna (särskilt internet).

18. Europaparlamentet föreslår att kommissionen på den inre marknaden i större utsträckning ska stödja de europeiska producenternas insatser för att öka sin kapacitet att bemöta konsumenternas ökande krav på livsmedelskvalitet och livsmedelshygien liksom på uppgifter om färska produkters ursprung och om när det är bäst att konsumera dem, för att främja produkternas och kostens mångfald och informera om nya produkter eller nya former för presentation eller användning av traditionella produkter.
19. Europaparlamentet förespråkar därför en utvidgning av de program som riktar sig antingen till marknader eller till målprodukter, varvid de säljfrämjande instrumenten ska vara inriktade på produktionsstandardernas specifika egenskaper och alltid belysa den europeiska produktionsmodellen och i synnerhet de europeiska kvalitetssystemen. Det är även viktigt att främja program som täcker flera länder och som omfattar olika produkter, eftersom det är dessa som å ena sidan ger programmet en verklig europeisk dimension och som å andra sidan specifikt är i behov av europeiskt stöd. Parlamentet anser i detta avseende att man bör prioritera de länder som genomför produktionsprogram som tar hänsyn till marknadsvillkor och marknadspotential och som samtidigt gör det möjligt för kommissionen att anpassa stödet till området i fråga.
20. Europaparlamentet kräver att informationsåtgärderna och de säljfrämjande åtgärderna ska göras mer lockande för branschorganisationerna med hjälp av ett större samarbete mellan pågående nationell och sektorsspecifik verksamhet och en bättre samordning med den politiska verksamheten, särskilt med frihandelsavtalen.
21. Europaparlamentet anser att det måste införas större flexibilitet i programmen så att de under genomförandefasen kan anpassas till de växlande marknadsvillkoren. Parlamentet anser därför att det inte bör ställas krav på alltför detaljerad programutformning.
22. Europaparlamentet kräver att det ska göras en bättre utvärdering av programmen med hjälp av ett strikt bedömningssystem med konkreta indikatorer, såsom ökad marknadsandel och skapande av arbetstillfällen. Parlamentet anser att urvalsprocessen bör ta kortare tid och att man bör överväga möjligheten att göra förskottsutbetalningar till organisationerna.
23. Europaparlamentet gratulerar kommissionen till de goda resultat som uppnåtts med dagens informationspolitik och säljfrämjande politik för jordbruksprodukter, men anser att denna politik bör förenklas och förbättras. Särskilt viktigt är det att minska de administrativa bördorna, i första hand genom en minskning av det antal rapporter som kommissionen kräver. Parlamentet anser att kommissionen borde utarbeta en enkel och heltäckande handledning för att hjälpa potentiella förmånstagare att följa de bestämmelser och förfaranden som är kopplade till denna politik.
24. Europaparlamentet uppmärksammar kommissionen på att produktionen av kvalitetslivsmedel inte i sig är tillräckligt för att garantera en god marknadsposition på de yttre marknaderna, och att det därför är nödvändigt att investera i säljfrämjande program.

Dessa program ska föregås av marknadsstudier i tredjeländer, och studierna ska kunna erhålla samfinansiering. Parlamentet anser även att man bör överväga möjligheten att stödja pilotprojekt i tredjeländer som betraktas som potentiella nya marknader.

25. Europaparlamentet efterlyser åtgärder för att stimulera utvecklingen av europeiska sammanslutningar och företag och främja deras deltagande i globala forum där de konkurrerar med kvalitet och privilegierar specialisering och mångfald, vilket kräver stöd till jordbrukare och kooperativ så att de kan genomföra sina egna strategier och utnyttja sin exportkapacitet, inbegripet tekniskt bistånd till producenterna.
26. Europaparlamentet efterlyser en möjlighet att främja ursprunget för produkter som inte omfattas av kvalitetsbeteckningar genom att betona deras egenskaper och drag.
27. Europaparlamentet anser att informationspolitiken och den säljfrämjande politiken för europeiska produkter bör förfoga över en egen märkning som identifierar dessa produkter inom och utanför EU.
28. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att bättre upplysa konsumenterna om att de europeiska jordbruksnormerna är de striktaste i världen när det gäller kvalitet, säkerhet, djurskydd, miljömässig hållbarhet etc., vilket påverkar produktens slutpris. Parlamentet anser att konsumenterna bör få transparent information om hur de ska kunna identifiera europeiska produkter och deras egenskaper, så att de undviker risken att köpa förfalskade produkter och kan välja vad de ska köpa.

### **Ursprung och kvalitet**

29. Europaparlamentet anser att kvalitetsprodukter är produkter med anknytning till särskilda produktionsmetoder, geografiska ursprung, traditioner eller kulturella sammanhang. Parlamentet konstaterar att det redan finns program för att skydda sådana produkter i form av skyddad ursprungsbezeichnung (SUB), skyddad geografisk beteckning (SGB), ekologiska produkter eller garanterad traditionell specialitet (GTS). Parlamentet efterlyser ett nytt program för lokalt jordbruk och direktförsäljning som ska omfatta lokala kvalitetsprodukter som är avsedda att konsumeras i den region där de framställts.
30. Europaparlamentet anser att angivandet av europeiskt ursprung bör utgöra den främsta identifieringsfaktorn i all säljfrämjande och informativ verksamhet, såväl på den inre marknaden som i tredjeländer. Parlamentet anser att även angivande av nationellt ursprung i tredjeländer skulle kunna övervägas i de fall där denna identitet är stark och bidrar till att belysa mångfalden i utbudet av livsmedelsprodukter.
31. Europaparlamentet understryker, när det gäller privata märken, att man ovillkorligen måste försöka nå en balans mellan allmänna säljfrämjande åtgärder och åtgärder för att främja specifika märken som kan bidra till att effektivisera de säljfrämjande kampanjerna i tredjeländer. Parlamentet stöder kommissionens åsikt att märkesprodukter kan ha en hävstångseffekt på denna typ av verksamhet, där det är naturligt att komplettera allmänna säljfrämjande åtgärder genom att sammanföra ekonomiska aktörer via främjandet av produkter och märken, så att inverkan på importörerna och därmed på konsumenterna blir större. Parlamentet anser vidare att företagens intresse att delta

kommer att öka om privata märken införlivas i de säljfrämjande åtgärderna, och man bör beakta att det till syvende och sist är företagen som medfinansierar dessa åtgärder.

32. Europaparlamentet påpekar att program för livsmedelskvalitet gör det möjligt för jordbrukare, i den utsträckning de är organiserade, att tillämpa utbudsstyrning och prisstabiliserande åtgärder, vilket ökar deras chanser att kunna försörja sig väl på jordbruket, och att sådana program därför lämpar sig bäst för att öka det "europeiska mervärdet" i enlighet med kommissionens prioriteringar.
33. Europaparlamentet anser att produkter som är föremål för kvalitetsnormer måste ges ett effektivare skydd gentemot EU:s handelspartner. Parlamentet förespråkar att samtliga geografiska beteckningar ska införlivas och ges starkare skydd i bilaterala och interregionala avtal och inom ramen för WTO.
34. Europaparlamentet betonar att bestämmelserna avseende finansieringsramen för främjande av produkter som är föremål för kvalitetsnormer måste ändras i syfte att öka EU:s finansiella engagemang.
35. Europaparlamentet noterar att ikraftträdandet av bestämmelser för godkänd information om förhållandet mellan särskilda ämnen i livsmedel och förbättrad hälsa kommer att medföra större klarhet i främjandet av produkter av hälsoskäl.
36. Europaparlamentet välkomnar den allt större efterfrågan på ekologiska produkter, och efterlyser en mer aktiv stimulering av framställningen och främjandet av sådana produkter.
37. Europaparlamentet betonar att lokala produkter i bergs- och ömråden måste främjas och att EU måste höja sina anslag till detta.
38. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att i sin säljfrämjande verksamhet på den yttre marknaden lägga större tonvikt vid att lyfta fram åtagandena för hållbarare jordbruksmetoder, variation och kvalitet inom jordbruket i EU och de ökade kostnader detta innebär samt att utveckla och stärka medvetenheten om EU:s säljfrämjande system och logotyper.
39. Europaparlamentet stöder tillhandahållandet av tekniskt stöd till i första hand små och medelstora företag för att hjälpa dem att utveckla egna marknadsföringsstrategier och analysera sina målmarknader.
40. Europaparlamentet föreslår att det ska inrättas en internetplattform för utbyte av potentiella projekt och bästa praxis, som ett verktyg för att stödja utformningen av europeiska marknadsföringskampanjer.
41. Europaparlamentet understryker att reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken är inriktad på att förbättra organisationen av produktionen, hållbarheten och jordbruksprodukternas kvalitet, och anser därför att den säljfrämjande politiken måste göra det möjligt att utnyttja livsmedelssektorns hela potential, i syfte att stimulera tillväxt och sysselsättning i den europeiska ekonomin.

42. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att i sina framtida lagstiftningsförslag om främjande av de europeiska smakerna fastställa olika förvaltningsformer för de inre och yttre marknaderna liksom för multinationella program eller krisprogram.
43. Europaparlamentet anser att det måste fastställas en europeisk strategi för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder som är mer inriktad på marknaderna och på de produkter eller budskap som ska marknadsföras, med beaktande av förhandlingarna om frihandelsavtal och de mest lönsamma marknaderna för att undvika fragmenterad och splittrad finansiering.

#### **Skolfrukts- och skolmjölksprogram**

44. Europaparlamentet välkomnar kommissionens förslag om att öka EU:s medfinansieringssats för skolfruktsprogrammet mot bakgrund av den fortsatta ekonomiska krisen.
45. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att vidta åtgärder för att uppmuntra alla medlemsstater att lägga större tonvikt vid nationella skolfrukts- och skolmjölksprograms pedagogiska natur och att fullständigt införliva dessa program i jordbruksstödet andra pelare.

#### **Åtgärder för informationskampanjer för kvalitetsviner**

46. Europaparlamentet uppmanar kommissionen att utvärdera genomförandet på EU:s marknad av informationskampanjer, riktade till den vuxna befolkningen, om en ansvarsfull konsumtion av europeiska kvalitetsviner. Förutom att trycka på en återhållsam konsumtion av dessa viner bör dessa kampanjer även belysa produktens kulturella rötter, dess kvalitativa egenskaper och de särdrag som kännetecknar den europeiska produktionen.
47. Europaparlamentet uppdrar åt talmannen att översända denna resolution till rådet och kommissionen.

## MOTIVERING

### 1. Vilka säljfrämjande verktyg finns i nuläget?

Den gemensamma jordbrukspolitiken har för närvarande ett flertal olika säljfrämjande verktyg till sitt förfogande. Dessa har inrättats av olika skäl och med olika typer av stödmottagare i åtanke. De befintliga verktygen kan sammanfattas på följande sätt:

- Den övergripande säljfrämjande förvaltning som inrättades genom förordning (EG) nr 3/2008 och genomfördes genom förordning (EG) nr 501/2008. Detta verktyg har en årlig budget på drygt 50 miljoner euro. Stödmottagarna är handels- och branschorganisationer såsom *Interfel* i Frankrike.
- Stöd för operativa program inom frukt- och grönsakssektorn enligt artikel 103c i förordning (EG) nr 1234/2007 om upprättande av en samlad marknadsordning. Dessa program förvaltas av producentorganisationer. Säljfrämjande åtgärder är bara ett av de sex möjliga målen för de operativa programmen. Utgifterna uppgick till ungefär 40 miljoner euro år 2008 och 28 miljoner euro år 2009<sup>1</sup>.
- Stöd för säljfrämjande åtgärder för vin i länder utanför EU enligt artikel 103p i förordningen om en samlad marknadsordning. Säljfrämjande åtgärder är bara ett av de alternativ som kan finansieras genom nationella anslag för vin. Dessa åtgärder utgör ungefär 15 procent av de nationella anslagen på EU-omfattande nivå, med enorm variation mellan medlemsstaterna. Ur budgetsynvinkel är detta den klart största enskilda säljfrämjande åtgärden (med väntade utgifter på ungefär 236 miljoner euro 2012). Bland de potentiella stödmottagarna finns bland annat producentorganisationer, privata företag och branschöverskridande organisationer.
- Skolfrukts- och skolmjölksprogrammen enligt förordningen om en samlad marknadsordning (artikel 103ga respektive artikel 102). Maximibudgeten för dessa två program i budgetförslaget för 2013 är 90 miljoner euro respektive 66 miljoner euro.
- Stöd till producentgruppers säljfrämjande verksamhet enligt artiklarna 20 c iii och 33 i förordning (EG) nr 1698/2005 om stöd för landsbygdsutveckling. Säljfrämjande åtgärder kan enbart genomföras för produkter som ingår i kvalitetssystem. Bidraget från EJFLU väntas ligga på ungefär 29 miljoner euro i genomsnitt per år för perioden 2009–2013. De projekt som får stöd är i allmänhet mer småskaliga och kortvariga än inom den övergripande säljfrämjande förvaltningen.
- Förordning (EG) nr 814/2000 om åtgärder för information om den gemensamma jordbrukspolitiken, vars mål omfattar att ”främja den europeiska jordbruksmodellen”.

---

<sup>1</sup> Källa: Undersökningen 'Evaluation of Promotion and Information Actions for Agricultural Products' från 2011.

- Artikel 68 i förordning (EG) nr 73/2009 om direktstöd för marknadsföring av jordbruksprodukter. Denna bestämmelse har bara använts av en enda medlemsstat, nämligen Sverige.

## **2. Vad blir nästa steg för EU:s säljfrämjande politik?**

Tidigare infördes säljfrämjande åtgärder för att hantera överskott på jordbruksprodukter och senare livsmedelskriser. Föredraganden anser att det nu är dags att mer tydligt definiera en säljfrämjande politik som är till för att stimulera och belöna följande verksamhet:

- Produktion av särskilda produkter som ingår i kvalitetssystem.
- Jordbruksmetoder som innebär lägre koldioxidutsläpp, skyddar den biologiska mångfalden och är bättre lämpade för att bevara kvaliteten på mark och vattentäcker.

Den säljfrämjande politiken bör i möjligaste mån inriktas på att finansiera projekt som bidrar till att uppnå båda dessa övergripande mål, som i många fall är förenliga. Ett underförstått mål måste vara att öka jordbrukares inkomster genom att sätta fokus på produkter för vilka redskap för utbudstyrning är tillåtna.

Säljfrämjande åtgärder bör framhålla ”Europas smak” – en smak som är äkta, varierad och läcker för konsumenten. Denna vision är relevant för säljfrämjande åtgärder på såväl den inre som den yttre marknaden. EU måste försöka exportera en modell för hållbart jordbruk likaväl som sina produkter. Liksom på andra områden köper konsumenterna också ”idéer” när de väljer vilken sorts livsmedel de ska köpa. Ett uppenbart exempel är rättvisemärkta produkter.

Det är också viktigt att främja lokala marknader och korta leveranskedjor på områden där en EU-omfattande strategi kan vara nödvändig. Enskilda projekt måste naturligtvis finansieras inom ramen för politiken för landsbygdsutveckling, som kan skräddarsys efter lokala förhållanden, snarare än enligt förordning (EG) nr 3/2008 vars bestämmelser för ansökande är mer otympliga.

I enlighet med det förhållningssätt som förklarats ovan anser föredraganden att den övergripande säljfrämjande förvaltningen inte längre bör användas för att finansiera åtgärder för att återupprätta förtroende efter livsmedelsskandaler. I allmänhet bör budgeten för den övergripande säljfrämjande förvaltningen ökas, eftersom den för närvarande utgör mindre än 0,1 procent av utgifterna för den gemensamma jordbrukspolitiken.

Slutligen anser föredraganden att mer behöver göras, i synnerhet inom skolmjölks- och skolfruktsprogrammen, för att stärka gräsrotsverksamhet som syftar till att direkt visa skolbarn hur livsmedel framställs och hur livet ser ut i landsbygdsområden genom att ta med dem ut för att möta jordbrukare. Pedagogiska säljfrämjande åtgärder bör inte bara syfta till att förklara fördelarna med att äta produkter som färsk frukt och grönsaker utan även förklara den gemensamma jordbrukspolitiken som sådan.

## RESULTAT AV SLUTOMRÖSTNINGEN I UTSKOTTET

<b>Antagande</b>	18.9.2012						
<b>Slutomröstning: resultat</b>	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 100px;">+:</td> <td style="text-align: right;">35</td> </tr> <tr> <td>-:</td> <td style="text-align: right;">3</td> </tr> <tr> <td>0:</td> <td style="text-align: right;">0</td> </tr> </table>	+:	35	-:	3	0:	0
+:	35						
-:	3						
0:	0						
<b>Slutomröstning: närvarande ledamöter</b>	John Stuart Agnew, Eric Andrieu, José Bové, Luis Manuel Capoulas Santos, Vasilica Viorica Dăncilă, Michel Dantin, Paolo De Castro, Albert Deß, Diane Dodds, Herbert Dorfmann, Hynek Fajmon, Mariya Gabriel, Iratxe García Pérez, Julie Girling, Béla Glattfelder, Martin Häusling, Esther Herranz García, Elisabeth Jeggle, Jarosław Kalinowski, Elisabeth Köstinger, George Lyon, Gabriel Mato Adrover, Mairead McGuinness, James Nicholson, Rareş-Lucian Niculescu, Wojciech Michał Olejniczak, Georgios Papastamkos, Marit Paulsen, Britta Reimers, Ulrike Rodust, Alfreds Rubiks, Giancarlo Scottà, Czesław Adam Siekierski, Sergio Paolo Francesco Silvestris, Alyn Smith, Csaba Sándor Tabajdi, Janusz Wojciechowski						
<b>Slutomröstning: närvarande suppleanter</b>	Maria do Céu Patrão Neves						